
7.5. O que distingue as dinâmicas empresariais no turismo das de outros setores?

Filipe B. Caires, Hugo Reis, Paulo M. M. Rodrigues

1. Introdução

A dependência dos países face ao setor do turismo tem diversas implicações no seu desempenho económico geral (ver, *inter alia*, Eugenio-Martin, Morales e Scarpa, 2004 e Andraz, Gouveia e Rodrigues, 2009). De acordo com o Conselho Mundial de Viagens e Turismo (World Travel and Tourism Council - WTTC), a contribuição geral do turismo e viagens para o PIB mundial foi de USD 2,570.1bn (3.2% do PIB mundial). Esta contribuição é no entanto substancialmente mais elevada quando os efeitos indiretos e induzidos são tomados em consideração. A contribuição total foi de facto de USD 8,272.3bn (10.4% do PIB), o correspondente a 9.9% do emprego (incluindo efeitos mais abrangentes de investimento, cadeia de abastecimento e efeitos de rendimento associados), ou seja, 313,221,000 empregos (WTTC, 2018).

O turismo representa também um papel central no desempenho económico de Portugal. De acordo com o WTTC (2018), o contributo total do turismo para o PIB em 2017 foi de USD 38.0bn (EUR 33.5bn), o correspondente a 17.3% do PIB, e espera-se que cresça a uma taxa anual de 2.4% atingindo os 20.5% do PIB em 2028. A contribuição total para o emprego foi de 967,500 empregos em 2017, cerca de 20.45% do emprego total, sendo esperado que este valor cresça a uma taxa anual de 1.3% até aos 1,151,000 empregos (24.9% do emprego total) em 2028. Cerca de um quarto do investimento estrangeiro em Portugal é motivado pelo setor do turismo.

A importância do setor do turismo em Portugal foi ainda destacada numa recente edição do Boletim Económico do Banco de Portugal (Dezembro 2018). De acordo com a Conta Satélite para o Turismo publicada pelo Instituto Nacional de Estatística, a despesa em turismo em percentagem do PIB em Portugal aumentou 3 pontos percentuais entre 2008 e 2015, correspondendo a 12% no último ano. Adicionalmente, o Valor Acrescentado Bruto gerado pelo turismo cresceu de modo mais acentuado que o resto da economia, levando

a um aumento na sua importância relativa ao longo deste período. No que toca ao mercado de trabalho, a importância das atividades relacionadas com o turismo também cresceu. No plano geral, os indicadores disponíveis sugerem que a relevância deste setor nos diversos agregados macroeconómicos aumentou novamente entre 2015 e 2017.

Dada a importância do turismo como uma das principais atividades económicas em Portugal e a sua influência no desenvolvimento dos restantes setores da economia, esta secção caracteriza a demografia e dinâmicas das empresas relacionadas com esta atividade.

2. Dados e definições de Turismo

Este estudo recorre a microdados ao nível da empresa e cobre o período entre 2006 e 2017. Os dados são obtidos através da *Informação Empresarial Simplificada* (IES), que inclui informação do balanço e demonstração de resultados reportados anualmente ao Ministério da Justiça, Ministério das Finanças, Banco de Portugal e Instituto Nacional de Estatística, cobrindo potencialmente o universo das empresas não-financeiras portuguesas. Os dados sobre dormidas de turistas foram recolhidos do Eurostat.

De forma a identificar os setores com maior exposição à atividade turística, seguimos as definições propostas pelo Eurostat. Um primeiro grupo mais abrangente de atividades que oferecem serviços tanto a turistas como a não turistas, *Turismo Total*, inclui atividades de três grupos principais: Transportes, como comboios e taxis; Alojamento, Restauração e Similares, como hotéis, restaurantes e bares; e Atividades Administrativas e de serviços de Apoio, como aluguer de veículos e agências de viagens.

Um segundo grupo, *Turismo Intensivo*, foi definido de modo a conseguir isolar o efeito específico do turismo e inclui apenas atividades que oferecem serviços sobretudo a turistas. Além do Transporte Aéreo de Passageiros e Agências de Viagens, este grupo inclui ainda três tipos de alojamento: Estabelecimentos Hoteleiros; Residências para férias e outros alojamentos de curta duração, onde se incluem aluguer de casas para férias, alojamento local, turismo rural e outros de curta duração relacionados com as plataformas digitais; e Parques de campismo e caravanismo. A Tabela 19 contém uma lista detalhada das atividades incluídas em cada um dos grupos.

| Código NACE | Descrição | Turismo Total | Turismo Intensivo |
|-------------|--|---------------|-------------------|
| H491 | Transporte interurbano de passageiros por caminho de ferro | x | |
| H4932 | Transporte ocasional de passageiros em veículos ligeiros (taxi) | x | |
| H4939 | Outros transportes terrestres de passageiros, n.e | x | |
| H501 | Transportes marítimos de passageiros | x | |
| H5110 | Transportes aéreos de passageiros | x | x |
| I5510 | Estabelecimentos hoteleiros | x | x |
| I5520 | Residências para férias e outros alojamentos de curta duração | x | x |
| I5530 | Parques de campismo e de caravanismo | x | x |
| I5610 | Restaurantes (inclui atividades de restauração em meios móveis) | x | |
| I5630 | Estabelecimentos de bebidas | x | |
| N771 | Aluguer de veículos automóveis | x | |
| N7721 | Aluguer de bens recreativos e desportivos | x | |
| N79 | Agências de viagem, operadores turísticos, outros serviços de reservas | x | x |

Tabela 19: Definições de turismo

Nota: Códigos de Setor de acordo com o NACE Rev.2 e CAE Rev.3.

Fonte: "Tourism Industries - economic analysis" - Eurostat.

3. Caracterização das empresas

O *boom* do turismo em Portugal ao longo da última década tem vindo a evidenciar a importância desta atividade na economia. Entre 2012 e 2017 o número de dormidas em Portugal cresceu significativamente (cerca de 40%), tendo ultrapassado os 70 milhões em 2017. O acentuado crescimento da procura é observável em todos os sub-setores e particularmente na categoria principal - Estabelecimentos hoteleiros. Ainda assim, o aumento da importância da categoria de Residências para férias e outros alojamentos de curta duração, onde se incluem as atividades de alojamento local como, por exemplo, *Airbnb*, destacou-a como uma componente não-negligenciável na estrutura do setor do turismo. Durante a última década o número de dormidas em ou-



Figura 65: Número de empresas - Taxa de crescimento anual

Fonte: IES.

tros alojamentos de curta duração aumentou mais do que 5 vezes, atingindo quase 6 milhões de estadias, o correspondente a 8% do total do alojamento turístico em 2017.

3.1. Turismo

Na Figura 65 é possível observar o aumento considerável do número de empresas no setor de *Turismo Intensivo*, tendo este mais do que duplicado entre 2012 e 2017. É importante evidenciar a sua forte contribuição, particularmente ao longo dos últimos cinco anos, para a evolução e dinamismo do setor do turismo no seu todo. O número de empresas nesta categoria ultrapassou os 10,000 em 2017, representando cerca de 7% do total do setor dos serviços. Esta evolução positiva é bastante mais acentuada do que a verificada no setor dos serviços globalmente, e contrasta com a modesta evolução observada no setor da Indústria.

Relativamente ao número de trabalhadores, a evolução positiva que se verifica no setor do turismo é idêntica àquela observável no setor dos serviços. Entre 2005 e 2017, o número de trabalhadores cresceu cerca de 30%, o correspondente a mais de 80 mil indivíduos e cerca de 8% do total de trabalhadores nos serviços. Quer relativamente ao número de empresas quer relativamente ao número de empregados, o principal responsável pela evolução do grupo *Turismo Intensivo* são os alojamentos de curta duração, como por exemplo *Airbnb*.

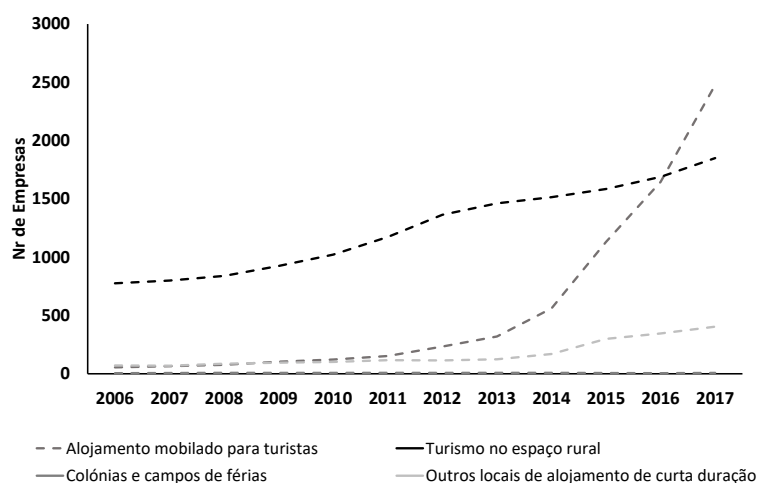


Figura 66: Número de empresas - Residências para férias e outros alojamentos de curta duração, subcategorias

Fonte: IES.

3.2. Alojamentos de curta duração

As Figuras 66 e 67 ilustram, respetivamente, o número de empresas e trabalhadores nos vários tipos de alojamento que compõem a categoria de residências para férias e outros alojamentos de curta duração. Desde 2008 e particularmente no período entre 2014 e 2017, o desenvolvimento desta categoria contribui significativamente para a evolução do grupo *Turismo Intensivo* no seu todo. Na sub-categoria de *Alojamento mobilado para turistas*, em particular, o número de empresas cresceu mais do que quatro vezes entre 2014 e 2017. No mesmo período, o número de trabalhadores aumentou mais de 40%. Esta sub-categoria inclui as atividades de alojamento de curta duração associadas às plataformas digitais de alojamento local (como o *Airbnb*, por exemplo), sugerindo um impacto significativo do desenvolvimento deste mercado na economia Portuguesa.⁵⁰

A difusão deste tipo de alojamento motivou o desenvolvimento de um enquadramento legal próprio para esta atividade,⁵¹ que a definiu como categoria autónoma e clarificou as regras e requisitos a cumprir para a sua criação e operações.⁵²

⁵⁰ Estes números são conservadores na medida em que não consideram os trabalhadores por conta própria, que contribuem também para os desenvolvimentos recentes das atividades de alojamento de curta duração.

⁵¹ Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de Agosto.

⁵² Embora não seja obrigatório criar uma empresa para oferecer serviços de alojamento local razões de natureza fiscal e/ou logística podem levar os cidadãos a fazê-lo.

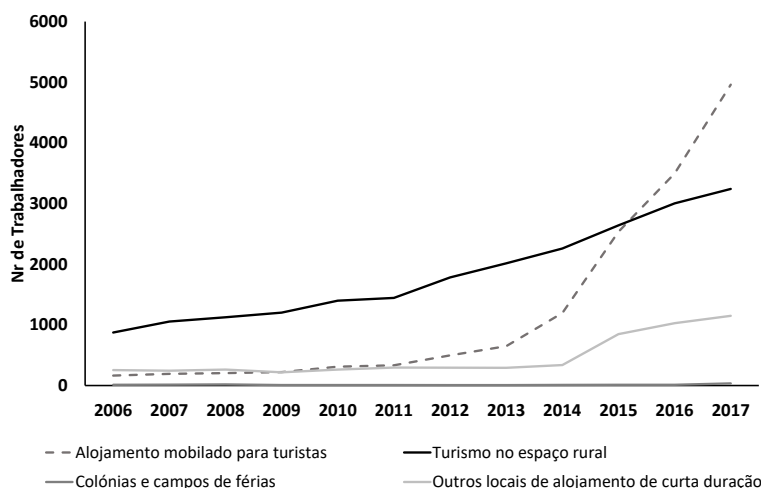


Figura 67: Número de trabalhadores - Residências para férias e outros alojamentos de curta duração, subcategorias

Fonte: IES.

Sendo indubitável que o aumento do número de empresas de atividades de alojamento local resulta das dinâmicas do mercado, a implementação dos enquadramentos legal e fiscal supracitados pode ter influenciado o aumento do número de empresas registadas nesta atividade, quer por evidenciar a oportunidade de negócio, criar incentivos para que indivíduos/organizações com atividade montada deixassem de operar na economia paralela ou por dispoletar a transformação do modelo de negócio de outras empresas de turismo que, dado o novo contexto, viram vantagens em explorar atividades de alojamento local.

A plataforma *Airbnb* começou em 2008 como um conceito simples que permitia combinar benefícios económicos tanto para turistas como para residentes das áreas de destino. Hoje em dia a sua presença nos destinos turísticos urbanos é muito significativa tendo a si associadas, naturalmente, consequências positivas e negativas. A criação, desenvolvimento e maior disponibilidade de infraestruturas, soluções de retalho e opções de entretenimento são exemplos positivos do impacto social e cultural do turismo. Por outro lado, o aumento da procura e competição para a utilização destas e outras previamente existentes - por exemplo, estacionamento - ilustram possíveis consequências negativas associadas a esses mesmos desenvolvimentos (Quijones, 2015; Croft, 2015).

4. Sobrevivência das empresas

Empresas situadas em destinos turísticos de maior dimensão estão associadas a uma maior probabilidade de sobrevivência relativamente àquelas que se encontram em mercados menores, isto porque o grau de diferenciação do produto bem como a velocidade de inovação e produtividade tipicamente aumentam com a dimensão (Ritchie and Crouch, 2005). Uma maior oferta de hotéis na mesma região significa que empresas com diversas unidades se encontram menos expostas a choques idiossincráticos na procura, uma vez que uma súbita expansão ou contração sentidos por uma das unidades será com maior probabilidade compensado com o choque oposto noutra unidade, resultando numa maior taxa de ocupação em termos globais. O mesmo será dizer que uma maior oferta de hotéis ajuda a neutralizar flutuações na procura ao nível da empresa. Sendo o setor do turismo caracterizado por um grande número de pequenos negócios e uma oferta altamente fragmentada, destinos em que um número reduzido de líderes de mercado seja complementado por uma vasta rede de pequenas empresas conseguem beneficiar de condições de mercado relativamente estáveis. Assim, é expectável que as taxas de sobrevivência dos incumbentes sejam mais elevadas em mercados mais concentrados.

A sobrevivência a longo prazo das empresas de turismo depende em maior grau de práticas de inovação estratégica que produzam competências dinâmicas e adaptáveis que, por sua vez, fomentem o desenvolvimento de inovações, e em menor grau das inovações em si (Abernathy e Utterback, 1978; Trott, 1998). Evidência empírica que elucide como atingir inovação ao nível da empresa permanece escassa (Markides, 1998), sendo esse ainda um dos problemas centrais para a maioria das empresas de pequena dimensão.

No contexto da economia portuguesa, entre 2008 e 2016 as taxas de sobrevivência das empresas no grupo *Turismo Intensivo* foram as mais elevadas⁵³ (apresentando taxas entre 93.8% e 95.3% ao longo deste período), seguindo-se a *Indústria, Turismo Total* e finalmente os restantes *Serviços* (apresentando o último taxas entre os 93.4% e 92%).

De acordo com a Tabela 20, o *Turismo Intensivo* apresenta as maiores taxas de natalidade de empresas entre 2011 e 2017, sendo significativamente mais altas que as dos restantes setores (18.95% em 2017). Na *Indústria*, observamos taxas de natalidade relativamente estáveis entre 2008 e 2017 (entre 5.4% e 7.3%). As taxas de mortalidade

⁵³ A taxa de sobrevivência é definida como a fração de empresas a operar no ano $t-1$ que permanece em operação no ano t e que mantém nos dois períodos a mesma atividade principal (NACE REV.2 2-dígitos).

| Taxa de natalidade | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------------------------|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Serviços | 10,90 | 9,09 | 10,25 | 10,04 | 8,92 | 9,66 | 9,39 | 10,45 | 10,28 | 11,05 |
| Indústria | 6 | 5,43 | 5,56 | 6,66 | 6,40 | 7,16 | 6,81 | 7,31 | 6,62 | 6,17 |
| Turismo Total | 7,97 | 7,55 | 7,69 | 8,61 | 8,60 | 9,80 | 9,34 | 10,68 | 10,60 | 11,63 |
| Turismo Intensivo | 7,49 | 8,13 | 8,29 | 10,56 | 11,36 | 11,75 | 12,13 | 15,98 | 15,82 | 18,95 |
| Taxa de mortalidade | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
| Serviços | 5,72 | 6,36 | 7,69 | 7,76 | 6,88 | 7,63 | 7,81 | 7,24 | 7,18 | 7,02 |
| Indústria | 5,43 | 5,98 | 7,42 | 7,57 | 6,29 | 7,56 | 7,14 | 5,95 | 5,94 | 6,03 |
| Turismo Total | 4,98 | 6,12 | 7,05 | 6,96 | 6,18 | 7,63 | 7,70 | 7,37 | 7,37 | 7,79 |
| Turismo Intensivo | 3,78 | 4,51 | 5,29 | 5,68 | 4,84 | 5,78 | 5,62 | 5,16 | 5,37 | 5,91 |

Tabela 20: Taxas de mortalidade e natalidade, percentagem

| Idade média | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Serviços | 10,51 | 10,58 | 10,71 | 11,03 | 11,34 | 11,51 | 11,83 | 11,98 | 12,09 | 12,10 |
| Indústria | 14,16 | 14,48 | 14,81 | 15,26 | 15,67 | 15,86 | 16,13 | 16,19 | 16,31 | 16,37 |
| Turismo Total | 14,38 | 14,55 | 14,77 | 15,08 | 15,38 | 15,48 | 15,68 | 15,61 | 15,50 | 15,28 |
| Turismo Intensivo | 13,88 | 14 | 14,18 | 14,22 | 14,43 | 14,29 | 14 | 13,68 | 13,16 | 12,37 |
| Idade mediana | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
| Serviços | 6 | 7 | 7 | 8 | 8 | 8 | 9 | 9 | 9 | 8 |
| Indústria | 10 | 11 | 11 | 11 | 12 | 12 | 12 | 12 | 13 | 14 |
| Turismo Total | 8 | 8 | 9 | 9 | 10 | 10 | 11 | 12 | 12 | 11 |
| Turismo Intensivo | 10 | 10 | 10 | 10 | 11 | 10 | 10 | 10 | 9 | 7 |

Tabela 21: Idade média e mediana das empresas

Nota: Idade média e mediana das empresas em anos.

das empresas não variam substancialmente entre os quatro setores considerados, embora o *Turismo Intensivo* pareça apresentar as mais baixas (5.9% em 2015) e o *Turismo Total* as mais elevadas entre 2011 e 2015 (7.37% e 7.79%).

A Tabela 21 mostra que a idade média das empresas tem vindo a aumentar nos setores dos Serviços e da Indústria, e a diminuir no Turismo Total e, desde 2011, no Turismo Intensivo. O decréscimo observado é provavelmente resultado do aumento pronunciado das taxas de natalidade neste grupo observável desde 2011. Analisando alternativamente a mediana, uma medida mais robusta a valores extremos, a Tabela 21 mostra que é nos serviços que se encontram empresas geralmente mais jovens, e na Indústria as mais antigas.

Analogamente àquilo que se observa para a idade média e mediana, verificamos também através da Tabela 22 que a *Indústria* apresenta a mais alta idade média e mediana aquando da morte das empresas e os *Serviços* apresentam o valor mais baixo. Importa notar que as empresas no *Turismo Intensivo* apresentam a segunda mais alta idade média e mediana aquando da sua morte.

| Idade média | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|-------|
| Serviços | 7,79 | 7,79 | 7,86 | 8,17 | 8,04 | 8,34 | 8,55 | 9,03 | 9,19 | 9,65 |
| Indústria | 12 | 11,92 | 12,18 | 12,91 | 13,37 | 13,6 | 13,68 | 13,26 | 13,88 | 13,86 |
| Turismo Total | 9,17 | 9,36 | 9,06 | 9,73 | 9,38 | 9,92 | 10,48 | 10,98 | 10,67 | 10,91 |
| Turismo Intensivo | 12,77 | 10,29 | 12,6 | 10,84 | 10,69 | 11,3 | 10,74 | 13,5 | 10,97 | 10,2 |
| Idade mediana | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
| Serviços | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 6 | 6 | 6 |
| Indústria | 8 | 8 | 8 | 8 | 9 | 10 | 10 | 10 | 10 | 9 |
| Turismo Total | 5 | 6 | 6 | 6 | 5 | 5 | 6 | 6 | 6 | 6 |
| Turismo Intensivo | 8 | 7 | 8 | 8 | 7 | 6 | 7 | 8 | 7 | 6 |

Tabela 22: Idade média e mediana das empresas no período de morte

Notas: Idade em anos. Considera-se que uma empresa "morre" no ano t se não opera consecutivamente nos anos $t+1$ e $t+2$. Adicionalmente, é considerada morta no ano t se trocar a sua atividade principal entre t e $t+1$ (NACE REV.2 2-dígitos).

Diversos estudos sobre a sobrevivência de empresas nos setores da Indústria e Serviços permitiram estabelecer uma série de "factos estilizados". A dimensão inicial de uma empresa parece ter uma relação positiva com a sua duração. A probabilidade de saída decresce com a dimensão e idade. Existem diversas razões que explicam porque empresas mais pequenas e jovens se encontram expostas a um risco de saída mais elevado. Empresas maiores e mais antigas possuem mais recursos (humanos e capitais) e maior experiência na gestão, tendo maior capacidade de sobreviver a choques externos. Ademais, empresas mais antigas e maiores tipicamente dominam maiores quotas de mercado, são mais diversificadas e resistentes, o que as torna menos susceptíveis a flutuações na procura. Custos irreversíveis como investimentos em ativos tangíveis e intangíveis diminuem as barreiras à entrada e saída aumentando a capacidade de sobrevivência das empresas de turismo já estabelecidas no mercado (Bull, 1997).

5. Considerações finais

Esta secção descreve as dinâmicas empresariais nos setores relacionados com o turismo no contexto da economia portuguesa. Demonstramos que o setor do turismo está a crescer e a sua importância na economia portuguesa a aumentar. Evidenciamos ainda de forma particular a crescente importância das atividades recentes de alojamento de curta duração dentro do setor turístico.

Assim, torna-se evidente que um dos principais desafios para os decisores políticos reside no crescimento significativo da economia colaborativa no setor do Turismo. Os desenvolvimentos estabelecidos

com maior sucesso são aqueles do alojamento partilhado, impulsionados por plataformas como *Airbnb*. O sucesso das plataformas digitais constitui agora uma fonte de competição significativa aos operadores tradicionais, que o enfrentam como sério desafio. O mesmo é destacado pelo relatório da OCDE sobre "Tourism Trends and Policies", publicado em 2016. Neste contexto, importa lembrar que os diferentes agentes são afetados de diferentes formas. Especificamente, é essencial que os decisores políticos na área do turismo consigam compreender a natureza da economia colaborativa a fim de desenvolver uma abordagem adequada nas áreas da regulação, política fiscal e crescimento económico.

Por último, a demografia das empresas no setor do turismo não difere vincadamente dos restantes setores da economia. Este facto corrobora a ideia de que o turismo é um setor estabelecido, que não envolve necessariamente maior risco que outros negócios. Assim, existe espaço para ganhos de produtividade e um acrescido contributo para o produto potencial português.

Referências

- Andriotis, K. (2002). Scale of hospitality firms and local economic development evidence from Crete. *Tourism Management*, 23(4), 333-341.
- Andraz, J.L., P.M.D.C.B. Gouveia and P.M.M. Rodrigues (2009), Modelling and Forecasting the UK Tourism Growth Cycle in Algarve, *Tourism Economics*, 15(2), pp. 323-338.
- Ateljevic, J. and Li, L. (2009). Tourism Entrepreneurship - Concepts and Issues. In J. Ateljevic and S. Page (eds.), *Tourism and entrepreneurship: international perspectives* (pp. 9-32). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Eugenio-Martín, J. L., Martín-Morales, N. and Scarpa, R. (2004). Tourism and economic growth in Latin American countries: A panel data approach. FEEM Working Paper.
- Johns, N., and Mattsson, J. (2005). Destination development through entrepreneurship: a comparison of two cases. *Tourism Management*, 26(4), 605-616.
- Schmallegger, D. and Carson, D. (2010). Is tourism just another staple? A new perspective on tourism in remote regions. *Current Issues in Tourism*, 13(3), 201-221.
- Thomas, R., Shaw, G. and Page, S. (2011). Understanding small firms in tourism: A perspective on research trends and challenges. *Tourism Management*, 32(5), 963-976.

World travel and Tourism Council (2018). Travel and tourism economic impact 2018-Portugal.

World travel and Tourism Council (2018). Travel and tourism economic impact 2018-Worldfo.